



TALLER:

**IDENTIFICA OPORTUNIDADES DE
NEGOCIO Y DEFINE TU IDEA DE NEGOCIO**

Documento descargable

2013

Mi proyecto de vida como empresario

Ejercicio 1

Test de autorreflexión personal.

Buscar una idea para crear empresa no tiene mucho sentido si se hace desconectada de nuestros intereses personales. Por esto, el primer paso en este proceso es profundizar sobre nosotros mismos para conocer cuales son nuestras motivaciones e intereses personales que nos llevan a querer direccionar nuestro proyecto de vida hacia el mundo empresarial.

Lo invitamos para que a través de contestar estas preguntas se cuestione un poco sobre... ¿Qué me interesa hacer en la vida y para qué soy bueno?

- 🔗 ¿Qué es lo que más aprecias y reconoces de ti, como persona y como trabajador?

Como persona:

Como trabajador:

- 🔗 ¿Para qué eres bueno? ¿qué talentos, conocimientos y experiencias tienes?

Talentos:

Conocimientos:

Experiencias:

- 🔗 ¿Cuáles son tus **principales gustos** (Agradar, parecer bien) y aficiones (Inclinación, amor a hacer algo)?

Gustos:

Aficiones:

¿Qué **habilidades y talentos** crees poseer y que te identifican?

Habilidades y destrezas:

Talentos:

¿Cuáles son esas actividades o trabajos en los que te **sientes cómodo realizando**?

¿Qué tipo de actividades realizas que te hacen vibrar? (Ejemplos: que impliquen o no interacción humana, o que sólo dependan de usted; actividades que se relacionen con la investigación científica, con el campo, o que te permitan profundizar en campos de ciencia o tecnología, entre otras.)

¿Qué modalidad de actividad prefieres? (Ejemplo: prestar un servicio, producir un bien o comercializar un producto y/o servicio).

¿Qué **motivaciones** te llevan a crear tu propia empresa?

¿Cuáles son aquellos campos en los que **te sientes débil** cuando te imaginas en el rol de empresario? Ejemplos: Realizar contactos comerciales, interactuar con las personas, dirigir o trabajar en equipo o manejar un determinado tema, asumir ciertos horarios, manejar nuevas tecnologías, como computadoras, entre otras.

- ¿Si piensas en tus familiares, amigos, comunidad u otros grupos de convivencia, ¿qué conocimientos, habilidades o talentos destacarías o cree que existen, de los cuales puedes aprender o desarrollar alianzas estratégicas o redes para desarrollar tu idea empresarial?

- ¿Qué **experiencia laboral o profesional** has adquirido que consideres importante tener en cuenta para la búsqueda de ideas de negocio para crear tu empresa? Esto no implica continuar en la misma línea de trabajo, es válido y posible cambiarla en esta nueva etapa de tu vida.


- ¿En qué actividades no te **sientes a gusto trabajando**?

- ¿Cuentas con recursos económicos para invertir en tu empresa?

Si _____ No _____

Ejercicio 2

Partiendo de tu experiencia y tus **principales gustos, hobbies y aficiones**... ¿Qué ideas de negocio podrías desarrollar?

PARA LA BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO 	
DE LOS ANTIGUOS EMPLEOS	DE LOS PASATIEMPOS / HOBBIES
VARIABLES PARA EL ANÁLISIS	VARIABLES PARA EL ANÁLISIS
¿Fue una experiencia que disfrutó? ¿Por qué?	¿De estas actividades cuáles realiza con mayor frecuencia?
¿Qué necesidad o problemas solucionaba esta empresa?	¿De estas actividades cuáles podrían llegar a ser un negocio?
¿Qué mejoraría usted como empresario de ese negocio?	¿A cuántas personas les podría interesar estas mismas actividades?
1.	
2.	
3.	
¿Ofrecería el mismo producto/servicio o lo mejoraría? ¿En qué?	¿Cómo las desarrollaría como idea de negocio?
1.	
2.	
3.	
Ideas relacionadas con la experiencia que se tiene	Ideas asociadas a las cosas que me apasionan y gustan
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.
11.	11.
12.	12.
13.	13.
14.	14.
15.	15.
16.	16.
17.	17.
18.	18.

Ejercicio 3

El presupuesto personal

Para iniciar el proceso empresarial es fundamental dimensionar la plataforma económica en la que te encuentras ubicado actualmente. Conocer y manejar tu presupuesto personal, te permitirá tomar decisiones claves en el proceso de seleccionar una idea de negocio para crear tu propia empresa. Saber cuánto dinero necesitas para vivir mensualmente y con cuánto dinero cuentas, te permitirá determinar en cuánto tiempo debe estar produciendo tu empresa y cuánto tiempo puedes dedicar a desarrollar la idea según tus necesidades económicas. Además, te dará pautas sobre el tipo de idea de negocio que debes desarrollar.

Alguien que necesita producir ingresos en el corto plazo (mínimo 6 meses) para vivir, probablemente no buscará ideas de complejidad tecnológica y que demande mucho tiempo para su investigación y planeación. En cambio, una persona que tiene otras fuentes de ingreso o, es una persona joven y su familia lo mantiene, podrá desarrollar una idea que le demande más tiempo para su planeación y producción, pero que no le copiarán fácilmente y tendrá mayor valor agregado e innovación.

Elabora tu presupuesto personal e identifica con cuál de las siguientes estrategias a seguir te identificas.

1. Necesito una idea que me genere recursos inmediatos, que me permita subsistir.
2. Tengo dinero para vivir X tiempo. Puedo tomarme X meses para investigar a fondo la idea; y luego X tiempo para desarrollar la empresa.
3. Tengo cómo vivir para dedicarme a desarrollar cualquier idea de empresa que sea tan atractiva que eventualmente pueda atraer inversionistas.
4. Puedo ahorrar alguna parte de mis ingresos para invertir en la empresa en un futuro cercano.

PRESUPUESTO PERSONAL

MESES DEL AÑO

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
CASA													
1. Servicios													
Acueducto													
Energía													
Teléfono													
Gas													
2. Administración													
Cuota vivienda													
Arriendo													
Celular													
Internet													
Televisión													
Servicio domestico													
Prestaciones servicio domestico													
Otros.													
3. Impuestos													
Predial													
Vehículos													
Renta													
Otros													
4. Mercado													
Alimentos													
Aseo													
Mercado diario													
HIJOS													
Matriculas													
Pensión del colegio													
Mesada													
Vestuario													
Regalos													
Diversión													
Cursos adicionales													
Clases adicionales													
Servicio de salud													
Otras actividades													
TRANSPORTE													
1. Vehículo													
Gasolina													
Mantenimiento													
Cuota vehículo													
Seguro obligatorio													
Revisión gases													
Seguros varios													
Impuestos													
Imprevistos													
Otros													
2. Público													
Taxis													
Pasajes bus													
Otro													
RECREACIÓN													
Fin de semana													
Vacaciones													
Otras actividades													
VARIOS													
Vestuario													
Gastos varios													
OTROS NO INCLUIDOS													
TOTAL GASTOS													

INGRESOS MÍNIMOS REQUERIDOS: \$

INGRESOS ESPERADOS: \$

Después del ejercicio anterior se debe responder las siguientes preguntas, con el fin de facilitar y organizar su primera plataforma financiera

SUMA DISPONIBLE PARA CREAR SU EMPRESA \$

VALOR TOTAL DEL CAPITAL A INVERTIR \$

PROCEDENCIA (marque con una x)

Ahorros	
Liquidación laboral	
Prestamos personales	
Prestamos bancarios	
Otros	

¿Cuál?

El resultado de este ejercicio le permitió identificarse con las siguientes estrategias:

1. Necesito una idea que me genere recursos inmediatos

2. Mi proyecto de empresa puede iniciar por etapas

3. Cuento con tiempo para trabajar en la definición de la idea.

4. Cuento con tiempo para planear la puesta en marcha de mi empresa.

¿Cuáles etapas?






¿Cuánto tiempo?

¿Cuánto tiempo?

OBSERVO E INVESTIGO EL ENTORNO PARA LA BUSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

En esta etapa del proceso la meta es reunir toda la información posible que te permita encontrar **necesidades insatisfechas** de consumidores e **insights** (Significa literalmente "Observar detenidamente el comportamiento de las personas), **es darte cuenta** de algo que siempre estuvo ahí, pero nunca viste. Es algo cotidiano que toca de cerca al consumidor y forma parte de su vida).

Personas a observar:

-  Personas globales
-  Personas Regionales
-  Personas locales
-  Familia y amigos
-  Yo mismo: Obsérvese usted mismo, sus necesidades, problemas insatisfechos que mismo tiene, conocimientos adquiridos durante la vida y hobbies y gustos.

Tipos de observaciones:

Mira

Tendencias sociales globales:

- ✓ Comportamiento
- ✓ Moda
- ✓ Tecnológicas

Estudios etnográficos y observación a usuarios

Análisis de materiales y procesos

Benchmarks de competidores

Necesidad de mejorar un proceso existente o producto actual

Cambios de una estructura industrial o de mercado

Los cambios demográficos y de percepción

Nuevos inventos científicos.

Los cambios científicos y no científicos (nuevos conocimientos)

Observaciones sistémicas: marketing reactivo y proactivo.

Nuevas tecnologías: cambios permanentes, avizorando avances

Perfiles de consumo.

Pregunta


Involucra a toda la cadena de valor del sector económico

- ✓ Entrevistas a clientes y no clientes
- ✓ Entrevistas a proveedores
- ✓ Entrevistas a intermediarios

Trata

Ponte en los zapatos del cliente, utiliza el producto o seas usuario del servicio

Fuentes de información:

-  Revisa tendencias y contratendencias: a través de Metabuscadores en internet, puedes investigar y conocer dichas tendencias y contratendencias, algunos son:

- www.google.com.
- www.metacrawler.com
- www.mamma.com
- www.altavista.com
- www.kartoo.com
- www.matheo.com
- www.dogpile.com

Además, existen en el mundo expertos en análisis de tendencias que han escrito sobre el tema, autores como:

- * Faith Popcorn, algunas de sus publicaciones: [Las ocho verdades del marketing](#).
- * Alvin Toffler, algunas de sus publicaciones: [La revolución de la riqueza](#), [El cambio de poder](#), [El shock del futuro](#) y [La tercera ola](#), entre otros.
- * Gerald Celente, [Gurú famoso por sus predicciones económicas](#).
- * John Naisbitt, [Megatendencias](#), [11 mentalidades para prever el futuro](#), [mente futura](#).

Estudios etnográficos

Los perfiles del consumidor Bogotá: La información está disponible para tu consulta en www.ccb.org.co, link apoyo empresarial, Bogotá Innova, no dejes de consultar este documento que es una gran fuente para conocer el perfil de los consumidores de Bogotá y las tendencias de consumo en la ciudad.

Universidades

Revisa: tesis de grado, investigaciones, programas de emprendimiento y desarrollo empresarial, desarrollo de nuevos productos y servicios.

Contactos con especialistas en temas de interés

Centros de desarrollo de tecnología, entre otros:

Parquesoft: www.parquesoft.com

Tecnoparque: www.tecnoparquecolombia.com

Asociación Colombiana de Biotecnología-ASOBIOTEC: www.asobiotec.com;
www.biotechnologica.com

Centro de Desarrollo Productivo de la Joyería - CDP Joyería:
www.cdpdejoyeria.com

Centro de Desarrollo Piscícola de Acuapez: www.acuapezcdt.org

Centro de Desarrollo Tecnológico de Asistencia Técnica -

SENA: www.corporacioncdtec.com

Centro de Desarrollo Tecnológico del Gas: www.cdtdegas.com.

Centro de Desarrollo Tecnológico de la Ganadería: www.elpilon.com.co

Centro de Desarrollo Tecnológico del Sector Electro, Electrónica e Informática - CIDEI: www.cidei.org

Centro de Desarrollo Tecnológico para la Competitividad de la Industria de la comunicación Gráfica - CIGRAF: www.cigraf.com.co

Centro de Diseño, Metrología y Calidad - SENA: www.sena.edu.co

Centro de Gestión Tecnológico de Passiflora: www.cepasshuila.org.co

Centro de Investigación del Banano - CENIBANANO: www.cenired.org.co

Centro de Investigación de la Caña de Azúcar - CENICAÑA: www.cenicana.org

Centro de Investigaciones en Palma de Aceite-CENIPALMA: www.cenipalma.org
Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico Textil Confección de Colombia- CIDETEXCO: www.textil-confeccion.com.co
Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en Telecomunicaciones: www.cintel.org.co
Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sector Eléctrico: www.cidet.org.co
Centro de la Investigación y el Desarrollo de la Industria de la Construcción – CIDICO: www.gestionconstruccion.com.co
Centro de Innovación de la Floricultura Colombiana – CENIFLORES: www.asocolflores.org
Centro de Innovación y Servicios para la Industria del Calzado – CEINNOVA: www.ceinnova.org.co
Centro Internacional de Física – CIF: www.cif.org.co
Centro Nacional de Investigaciones del Café – CENICAFE: www.cenicafe.org
Centro Nacional de Producción Más Limpia y Tecnologías Ambientales – CNPMLTA: www.cnpml.org
Corporación Calidad: www.ccalidad.org
Corporación Centro Colombiano de Tecnologías del Transporte – CCCTT: www.cctt.org.co
Corporación Centro de la Ciencia y la Investigación Farmacéutica – CECIF: www.cecifcolombia.org
Corporación Centro de Investigación de la Acuicultura de Colombia – CENIACUA: www.ceniagua.org
Corporación Centro Red Tecnológico Metalmecánico – CRTM: www.crtm.org.co
Corporación Centro Tecnológico de la Industria Metalúrgica Eco- Eficiente - CTF-IME: www.corpoeco.org
Corporación Colombia Internacional – CCI: www.cci.org.co
Corporación para el Desarrollo de la Biotecnología- Corporación Biotec: www.corporacionbiotec.com
Corporación para el Desarrollo Industrial de la Biotecnología – CORPODIB: www.ibun.unal.edu.co
Corporación para la Corrosión – CIC: www.corrosion.uis.edu.co
Corporación para la Investigación y Desarrollo en Asfaltos en el Sector Transporte e Industria: www.corasfaltos.com
Corporación para Investigaciones Biológicas-CIB: www.cib.org.co
Corporación Nacional de Investigación y Fomento Forestal – CONIF: www.conif.org.co
Fundación ESI CENTER SINERTICANDINO: www.esicenter-sinertic.org
Fundación Logyca: www.logyca.org
Instituto Colombiano del Petróleo – ECOPETROL: www.ecopetrol.com.co
Instituto de Capacitación e Investigación del Plástico y del Caucho: www.icipc.org
Superintendencia de Industria y Comercio. División de Metrología: www.sic.gov.co



Centros de investigación, entre otros:

Colciencias: www.colciencias.gov.co

Centros de investigación de universidades

Información sectorial, entre otros:

www.dane.gov.co
www.dnp.gov.co
www.ccb.org.co
www.fedesarrollo.org.co
www.fenalco.com.co
www.transformacionproductiva.gov.co

Gremios y asociaciones, entre otros:

- * **FENAVI** Federación Nacional de Avicultores de Colombia: www.fenavi.org
- * **FEDESOFT** Federación Colombiana de la Industria del Software y la tecnología
www.fedesoft.org
- * **CEVIPAPA** Centro de Desarrollo Tecnológico de la Cadena Agroalimentaria de la papa: www.cevipapa.org.co
- * **FEDEGAN** Federación Colombiana de Ganaderos: www.fedegan.org.co
- * **CONFECOOP** Confederación de Cooperativas de Colombia:
www.portalcooperativo.coop
- * **AUGURA** Asociación de Bananeros de Colombia: www.augura.com.co
- * **ASOCOLFLORES** Asociación Colombiana de Exportadores de flores:
www.cecodes.org.co
 - * **ACICAN** Asociación Colombiana de industriales del calzado el cuero y sus manufacturas: www.acicam.org
 - * **ASOPARTES** Asociación del sector automotor y sus partes:
www.asopartes.com
 - * **ACOLOG** Asociación Colombiana de logística: www.acolog.org
 - * **ASOFOTO** Asociación Colombiana de Fotógrafos: www.asofoto.com
 - * **ASOCEBÚ** Asociación Colombiana de criadores de Ganado Cebú:
www.asocebu.com
 - * **COTELCO** Asociación hotelera de Colombia: www.cotelco.org
 - * Asociación Colombiana de Porcicultores: www.porcicol.org.co

Visita a sitios comerciales de negocios

Entre otros:

www.corferias.com
www.cenfer.com
www.conexpo.com
www.buscaferias.net
www.cartagenatravel.com
palacio@epm.net.co

Revistas y periódicos especializados

Son fuente de investigaciones de mercado y de análisis sobre el comportamiento de diferentes oportunidades. Además, construyen y divulgan casos empresariales que pueden servir para identificar ideas de negocios.

Revistas en internet:

Marketing news

<http://www.marketingnews.com.co/site/>

Publicidad y mercadeo

<http://www.revistapym.com.co/pym/>

Revista M2M

<http://www.m2m.com.co/revistam2m/index.html>

Raddar

<http://www.raddar.net/estudios.html>

Enciclopedia y biblioteca virtual

<http://www.eumed.net/>

Revista Mision Pyme

<http://www.misionpyme.com>

Revista de mercadeo

www.mercadeo.com

Franquicias


Es una gran fuente para considerar la posibilidad de adquirir una franquicia nacional o internacional.

www.franquiciascolombianas.com

www.tormo.com.co

Ejercicio 4

Luego de realizar la observación y análisis del entorno, desarrolla este ejercicio para la búsqueda de oportunidades de negocio:

PARA LA BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO 	
DE LA OBSERVACIÓN (Ideas relacionadas a las necesidades cotidianas)	DE LA BÚSQUEDA ESPECIALIZADA (Ideas obtenidas de estudios sectoriales, normas, convenios, tratados, agencias de gobierno, entre otras)
VARIABLES PARA EL ANÁLISIS	VARIABLES PARA EL ANÁLISIS
¿Qué necesidades/problemas observas en tu entorno?	¿De la búsqueda en revistas libros y medios de comunicación especializados? ¿Cuáles?
1.	1.
2.	2.
¿Cuántas personas conoces con el mismo tipo de problema o necesidad?	¿Consulta en la web y asistencia a ferias y eventos? ¿Cuáles?
	1.
	2.
¿Cómo podrías resolverse ese problema o necesidad? ¿Posibles soluciones?	¿Uso de la tecnología de información y comunicación? ¿Cuáles?
1.	1.
2.	2.
3.	3.
¿Cuáles son las tendencias de consumo que has revisado?	¿Investigaciones científicas? ¿Cuáles?
1.	1.
2.	2.
3.	3.
Ideas relacionadas a los problemas y necesidades cotidianas observadas	Ideas obtenidas de estudios sectoriales, normas, convenios, tratados, agencias de gobierno, otras.
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.
11.	11.
12.	12.
13.	13.
14.	14.
15.	15.
16.	16.
17.	17.
18.	18.

Ejercicio 5

Luego de realizar la observación y análisis de la competencia, desarrolla el ejercicio de “Las manchas blancas” para la identificación de oportunidades de negocio, partiendo de la promesa de valor que ésta ofrece a sus clientes y beneficios que deja de cumplir.

EJERCICIO DE LAS MANCHAS BLANCAS					
Análisis de competencia					
Quiénes atienden la necesidad			Valor agregado que ofrecen		
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
5.			5.		

No.					
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

DESCUBRO OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

La Observación es el proceso creativo que nos permite pensar de forma amplia, sin ningún tipo de limitaciones, pero para que ésta sea fructífera se requiere de disciplina y preparación.

En esta etapa formulamos el **mayor número de ideas** que respondan a dar solución a las **necesidades y problemas encontrados** en el entorno analizado, definiendo el tema o aspecto escogido.

El proceso a seguir es el siguiente:

1. Generar muchas ideas
2. Organizar en grupos por temas afines y de interés
3. Visualizar conceptos

Ficha Análisis de las ideas de negocio:

1. **Título de la idea:** Toda idea debe tener un nombre: para poder hablar de ella, para poderla confrontar con otras ideas, pero especialmente, para darle identidad y personalidad.
2. **Descripción de la idea:** La idea debe ilustrarse concisamente, pero en forma clara y completa: quien quiera realizarla o escucharla debe comprender de qué se trata.
 - Contar una historia
 - Mostrar una imagen
 - Mostrar un escenario
 - Crear un demo
 - Crear una corta película
3. **Diseño:** Se debe hacer un esquema o diseño de cómo se elaboraría el bien o se prestaría el servicio, quizás es la mejor forma para verificar su consistencia; una idea que no se puede esquematizar, es posible que no esté clara ni siquiera en la mente de quien la propuso.
4. **Aspectos necesarios a tener en cuenta para el desarrollo de la idea:** Ninguna idea es una isla; cuando se discute, casi siempre surgen versiones alternas, ideas similares y posibles desarrollos. Son puntos de partida que podrían ser valiosos y por lo tanto no debe olvidarse anotarlos.
5. **Ventajas:** Evidentemente son las ventajas sustentables; aquellas que entran en el balance costo/beneficios para el cliente e inversionista (emprendedor), con base en las cuales se tomará la decisión de llevar a cabo la idea y cómo realizarla o dejarla perder.

6. **Desventajas:** Se debe indicar las desventajas más relevantes, aquellas que pueden hacer que se tome la decisión, habiendo analizado toda la situación, de renunciar a la realización de la idea o, a adoptar una de las posibles variantes.
7. **Requisitos legales indispensables para desarrollar la idea:** Cualquier idea siempre tiene unas condiciones legales para su factibilidad y/o aspectos indispensables, que son factores de éxito y sin los cuales la idea no podría llevarse a la realidad y tener éxito como, normas y leyes que regulan la actividad, tecnología, talento humano requerido. Y para poder tomar una decisión razonable es indispensable tenerlas claramente resueltas.
8. **Proceso para prestar el servicio o producir el bien:** No se trata ciertamente de un proceso detallado, sino de un perfil general del proceso que se realizará: fases, tiempos, momentos críticos. Esto también es una buena información para verificar la idea. Si no se logra trazar un proceso general, la idea aún no está madura.
9. **Recursos necesarios:** Toda idea de negocio necesita unos recursos básicos para su desarrollo, sin los cuales no podríamos pensar desarrollar esa actividad empresarial (tecnología, talento humano, infraestructura, dinero, entre otros).
10. **Evaluación:** Al final, el equipo emprendedor tendrá que dar un juicio de valor sobre la idea, determinando su factibilidad desde los siguientes aspectos: Equipo emprendedor (conocimientos y experiencias sobre la idea); Mercado (clientes, competencia y sistema de comercialización); Recursos necesarios para su implementación (recursos económicos requeridos para la inversión inicial, talento humano necesario, infraestructura, tecnología, entre otros).

FICHA DE ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIO

1. Título de la idea:

2. Descripción de la idea de negocio:

3. Diseño de la idea de negocio:

4. Aspectos necesarios a tener en cuenta en el desarrollo de la idea.

5. Ventajas de la idea de negocio.

6. Desventajas de la idea de negocio.

7. Requisitos legales indispensables para desarrollar la idea de negocio.



8. Proceso para prestar el servicio o elaborar el producto

9. Recursos necesarios para su desarrollo (financieros, tecnológicos, de conocimiento, infraestructura, talento humano, entre otros).

10. Evaluación de la idea de negocio, revisar su factibilidad de desarrollo.

SELECCIONO MI IDEA DE NEGOCIO

Una vez haz detectado muchas ideas para crear tu empresa y, haz priorizado sobre las ideas que son más afines contigo, es el momento de trabajar en los criterios para seleccionar aquella idea o concepto con mayor potencial. Para lograrlo, ponemos a tu disposición la **matriz filtro de ideas de empresa**, que es un DOFA que tiene en cuenta los aspectos internos o personales (fortalezas y debilidades del emprendedor) y los aspectos externos (Oportunidades y amenazas del entorno en el cual estará inmersa la idea de negocio, teniendo en cuenta los siguientes criterios:












-  Aspectos Internos: Criterios personales
-  Aspectos Externos: Criterios de mercado y Criterios de recursos necesarios, para desarrollar la idea de negocio.





A través de esta matriz elaboras tus propios filtros para tus ideas de negocio y seleccionas la de mayor potencial y coherencia con tu perfil personal.

Recalamos la importancia de hacer especial énfasis, en esta primera etapa, en aquellos criterios personales para tomar una decisión empresarial. Generalmente se relegan a un segundo o tercer plano y finalmente, es la variable definitiva para una buena selección. Ya que este aspecto te permite establecer el tipo de actividad que te dará la calidad de vida que aspiras conseguir con tu nueva empresa, desde el punto de aspiraciones personales, respondiéndose estas dos preguntas:

1. ¿Qué calidad de vida aspiro obtener con la empresa?
2. ¿Qué es lo que más me gusta hacer en la vida y haciendo qué me siento bien?

Como ejemplo de criterios personales tenemos:

-  Que la idea te guste y te haga vibrar.
-  Que permita manejar tu tiempo de acuerdo a tus necesidades y compromisos.
-  Que tengas el apoyo de tu familia.
-  Que tengas el manejo de tu agenda
-  Que no te ocupe todo el tiempo.
-  Que no necesites cumplir horarios.
-  Que te implique impulsar a otros.
-  Que no/si tengas que viajar.
-  Que se relacione con tu experiencia o conocimientos.
-  Que Tengas conocimiento y experiencia en la actividad empresarial.
-  Que puedas aprovechar tus fortalezas personales.

-  Que se relacione con tus estudios o experiencia, o al contrario.
-  Que no vaya en contra de tus valores y principios.
-  Que no te produzca enfermedades, como por ejemplo una alergia.
-  Que se pueda instalar en tu casa, o lo contrario.

De otra parte, es importante aclarar que los **criterios externos - de mercado** a considerar, tienen una alta dosis de intuición en esta etapa del proceso. Esto no quiere decir que los datos no se puedan corroborar en un cierto grado (buscando información secundaria y llamando a personas expertas o con experiencia en el tema), pero es claro que no lo puedes hacer con fuentes primarias en un 100%.

Como ejemplos de criterios de mercado tenemos:

- El producto o servicio tiene potencial en el mercado.
- Conozco a los clientes.
- Conozco la competencia.
- Satisface una necesidad o da solución a problemas de un cliente potencial.
- Existen los canales para su distribución, entre otros.
- El mercado a satisfacer es local, regional, nacional o internacional.
- El cliente estaría dispuesto a adquirir el producto/servicio y pagar por éste.
- Puedo ofrecer un valor agregado a mi potencial cliente.
- Es un producto / servicio innovador y diferenciado.

En lo concerniente a **criterios de recursos**, se recomienda hacer cálculos y sondeos básicos sobre la viabilidad de la idea, desde este primer momento, teniendo en cuenta:

- Recursos tecnológicos.
- Recursos económicos
- Talento humano necesario.
- Infraestructura necesaria
- Proveeduría de insumos, entre otros.

Como ejemplo de criterios de recursos tenemos:

- Conoces la manera como se produce el bien o se presta el servicio.
- Cuentas con la tecnología para producir el bien o prestar el servicio
- Es fácil conseguir el talento humano requerido por la empresa.
- Se encuentra disponible la materia prima e insumos necesarios.
- Cuentas con los recursos económicos necesarios para arrancar la empresa.
- Visualizas rentabilidad en este negocio.
- Cuentas con la infraestructura requerida para producir el bien o prestar el servicio.
- Requieres un buen volumen de recursos económicos para iniciar esta idea.
- Conoces la tecnología y manejo del proceso para la producción del bien o servicio.

POR FAVOR, REVISE LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES PARA USTED, PARA TENER MAYOR PRECISIÓN EN LA ELABORACIÓN Y DECISIÓN TOMADA.

MATRIZ FILTRO DE IDEAS (DOFA)																					
Tipos de Filtros																					
Tenga en cuenta el objetivo a lograr	Aspectos internos										Aspectos Externos										
	Personales										Mercado					Recursos				TOTAL	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN 1. No aceptable 2. Poco aceptable 3. Aceptable 4. Muy aceptable 5. Totalmente aceptable																					
Seleccione con una x los filtros que tienen mayor coherencia con usted e importancia para usted.																					TOTAL
Elabore una ponderación porcentual (%) de los filtros seleccionados con la X, en donde el mayor valor corresponde al filtro de mayor importancia para usted y cuya sumatoria total dé 100%																					100%
Ahora, califique cada idea de negocio escrita en la matriz filtro de idea, según criterios de evaluación																					
1. Califique numéricamente los filtros seleccionados con la x, para cada idea, según criterios de evaluación.																					
2. Multiplique la ponderación porcentual (%) dada a cada filtro por el criterio de evaluación dado a cada filtro de la idea de negocio. Luego sume los porcentajes, el valor total debe estar en el rango de 1 a 5.																					
ESCRIBA SUS IDEAS DE NEGOCIOS, INSERTE FILAS DE ACUERDO CON EL NUMERO DE IDEAS A EVALUAR.																			TOTAL		
1.																				%	
2.																					
3.																					
4.																					
5.																					
6.																					

CONSTRUYO UNA IDEA GANADORA

Todos tenemos muchas ideas, pero son pocas las que funcionan.

Para saber si una idea de negocio es buena y vale la pena invertir en ella es necesario investigarla y analizarla profundamente desde el mercado y los recursos. Con la metodología de Modelo de Negocio CANVAS realizar dicho análisis.

1. Propuesta de valor:

Lo que yo vendo es...

Pero, lo que realmente necesita y desea mi cliente es...

2. Segmento de Mercado:

¿Quién es el cliente? ¿O sea a quién serviremos o atenderemos?, ¿Es un cliente local, regional, nacional o internacional?
¿Qué necesidad satisfacemos o problema resolvemos o expectativa cumplimos en el cliente?

3. Actividades clave

¿Cómo satisfacemos la necesidad, damos solución al problema o cumplimos la expectativa que tiene el cliente? ¿Producimos un bien ó prestamos un servicio?

4. Relaciones con los clientes:

¿Cómo comunicaremos a nuestros clientes nuestra existencia y los servicios o productos que tenemos para satisfacer sus necesidades o problemas?

5. Canales de distribución:

¿A través de qué canales de distribución entregaré el producto o servicio a mi cliente?

6. Socios clave:

¿Qué redes de alianzas estratégicas son necesarias para que puedas desarrollar tu modelo de negocio?

7. Recursos clave:

¿Qué tipo de recursos requiere tu empresa para elaborar el bien o prestar el servicio que ofrecerás a tu cliente, físicos, intelectuales, humanos y/o financieros?

8. Fuentes de ingresos:

¿Cuáles será las fuentes de ingreso que tendrá tu empresa, venta de un producto, prestación de un servicio, comercialización de un bien, entre otros?

9. Estructura de costos:

¿Qué estructura de costos tendrá tu empresa, costos fijos, variables y gastos?

Bibliografía

Cómo Generar Ideas Creativas

by [Innovare Consultoría en Innovación](#) on Jan 08, 2009

Presentación sobre Cómo Generar Ideas Creativas por Mario Morales, fundador de Innovare, firma de consultoría en innovación.

ARAÚJO, Beatriz. Guía práctica: *Identifique ideas para crear empresa*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá, 2007.

KIM, Chan; MAUBORGNE, Renée. *Innovación del valor: lógica estratégica para un alto crecimiento de la empresa*. Revista Harvard Business Review.

KOTLER, Philip. *Dirección de Mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall. 1996.

SCHNARCH KIRBERG, Alejandro. *Desarrollo de nuevos productos*. Editorial McGraw Hill. 2005.

VALDES, Luigi. *Innovación. El arte de inventar el futuro*. Bogotá. Grupo Editorial Norma. 2004.

La estrategia del océano azul.

La innovación y el empresario innovador, de Peter Drucker.

Artículos:

- Revista Dinero. Confecciones. Colombia se pone de moda.
- Vive.in por la ciudad. Caso Quanta.

Entidades:

- www.ccb.org.co
- www.dane.gov.co
- www.transformacionproductiva.gov.co